

Dyah :

Skripsi

Analisis Faktor yang mempertimbangkan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa servis di Ahass Manna Motor Surabaya

### **ABSTRAK**

Tingginya angka kepemilikan sepeda motor di Indonesia disebabkan oleh budaya konsumtif masyarakat yang semakin hari semakin meningkat (Wuryantari,2011). Di Surabaya terdapat 2,9 juta unit sepeda motor, dengan jumlah penduduk sebanyak 3,2 juta jiwa. Hal ini berarti bahwa hampir setiap warga kota Surabaya memiliki satu sepeda motor. Pertumbuhan sepeda motor tersebut mencapai 14 ribu unit per bulan dan diperkirakan akan terus meningkat dari tahun ke tahun.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi perusahaan dalam mengenai faktor-faktor yang dapat mempertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa servis di Ahass Manna Motor Surabaya. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan – hubungannya.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan alat bantu analisis faktor ditemukan 5 faktor baru yang mempertimbangkan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa service Ahass Manna Motor Surabaya, yaitu: Faktor Pribadi dan Ketanggapan, Faktor Harga dan Peralatan, Faktor Kualitas Pelayanan dan Ruang Tunggu, Faktor Lokasi. Faktor Promosi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka kelima faktor baru tersebut mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempertimbangkan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa service Ahass Manna Motor Surabaya secara keseluruhan (prosentase kumulatif variance) yaitu sebesar 68,774. Dengan teridentifikasinya faktor baru dalam penelitian ini maka dapat berguna bagi Ahass Manna Motor Surabaya untuk mengkombinasikan faktor-faktor tersebut dalam pengembangan perusahaannya.

**Kata Kunci : Ahass Honda, Faktor Pribadi, Keputusan Konsumen**

Dyah:

Essay

Factor analysis considering consumer's decision to use service at Ahass Manna Motor Surabaya

### ***ABSTRACT***

*The high number of motorcycle ownership in Indonesia is caused by the increasingly consumptive culture of the society (Wuryantari, 2011). In Surabaya there are 2.9 million units of motorcycles, with a population of 3.2 million people. This means that almost every citizen of Surabaya has one motorcycle. The growth of motorcycles reached 14 thousand units per month and is expected to increase from year to year.*

*The purpose of this study is to determine the perception of the company in regarding the factors that can consider consumers in using services at Ahass Manna Motor Surabaya. The method used by the researcher is a quantitative method. Quantitative research method is a systematic scientific research on the parts and phenomena and their relationships.*

*Based on result of research by using factor analysis tool found 5 new factor considering consumer decision in using service service Ahass Manna Motor Surabaya, that is: Personal Factor and Responsiveness, Price and Equipment Factor, Service Quality Factor and Waiting Room, Location Factor. Promotion Factor. Based on the results of the research, the five new factors are able to explain the factors that consider consumer decisions in using service Ahass Manna Motor Surabaya as a whole (cumulative variance percentage) that is equal to 68,774. With the identification of new factors in this study it can be useful for Ahass Manna Motor Surabaya to combine these factors nthe development of the company.*

***Keywords: Ahass Honda, Personal Factor, Consumer Decision***